Nos marques ont une histoire

Henkel

UNE HISTOIRE UNIQUE, DES INNOVATIONS MULTIPLES

Fondé en Allemagne le 26 septembre 1876 par Fritz Henkel, alors âgé de 28 ans, passionné de chimie et véritable visionnaire, le groupe a depuis toujours pour objectif de créer des technologies et des produits innovants.

Dès sa création, Henkel innove en lançant la première lessive proposée en paquets individuels, puis en 1907, c'est le lancement de la première lessive auto-active au monde.

En 1922, dans le but d'être indépendant de ses fournisseurs, Henkel décide de produire des adhésifs, d'abord pour son propre usage puis en les commercialisant dans toute l'Allemagne. La branche Technologies naît en 1929 ; Metylan et Pattex voient ensuite le jour dans les années 1950, près de 20 ans avant l'invention par Henkel du premier tube de colle, sous la marque Pritt, qui deviendra le plus vendu dans le monde.

La branche cosmétiques naît en 1954 grâce au lancement du savon Fa.
Henkel entre ensuite sur le marché de la coiffure en 1995 avec l'acquisition de Schwarzkopf.

Henkel détient aujourd'hui des positions mondiales fortes dans ses trois secteurs d'activités (Laundry & Home Care, Beauty Care et Adhesive Technologies) auprès des industriels, des professionnels et des consommateurs, grâce à ses marques puissantes, ses innovations et ses technologies.

Implantée en France depuis 1950, Henkel s'y est fortement développé depuis les années 60 avec notamment la création de Henkel France en 1967. Le groupe est aujourd'hui un acteur économique contribuant pleinement à l'économie française, en lien étroit avec les communautés et les entreprises locales. Henkel détient notamment de grandes marques centenaires (comme Eau Ecarlate, Le Chat, Diadermine…) et est présent dans plus de 80 % des foyers français.

Nous vous invitons à (re)découvrir, au fil de ces pages, l'histoire de quelques-unes de nos marques emblématiques.

Bonne lecture !

1876

Création du Groupe à Aix-la-Chapelle, Allemagne

1906 — 224 salariés et plus de 2 millions de marks de Chiffre d'Affaires

1907 — Lancement de Persil (aujourd'hui représenté en France par Henkel sous la marque Le Chat), 1re lessive auto-active au monde

1929 — Naissance de la branche Technologies

1937 — Henkel devient un leader européen

1950 — Implantation sur le marché français

1954 — Lancement de la savonnette Fa

1967 — Création de Henkel France

1970 — Première partie de l'acquisition de Lesieur Cotelle (Mir, Supercroix)

1981 — Acquisition de Bonetti (Diadermine)

1983 — Lancement du 1er détergent sans phosphate en Allemagne

1985 — Acquisition de UGS (Le Chat)

1987 — Nouvelle acquisition de Lesieur Cotelle (Minidou) et acquisition de Rubson

1988 — Lancement de la colle Pritt (sans solvant)

1992 — Acquisition de Coparel (Scorpio, Vademecum)

1995 — Acquisition de Schwarzkopf

1997 — Acquisition de Loctite

2008 — Acquisition de National Starch Chemical (Adhesive Technologies)

2014 — Acquisition de Spotless Group (Eau Ecarlate, K2R...)

2017 — Acquisition de DAREX (Adhesive Technologies)

SOMMAIRE

8

Laundry & Home Care

11 *Le Chat*
Des produits pour toute la famille

12 *Eau Écarlate*
La référence du détachage

13 *Mir*
Le quotidien des Français
incarné depuis 1895

14 *Super Croix*
Et la lessive devient
parfum et voyage...

15 *X·Tra*
X·TRA, la lessive N°1 en France

Beauty Care

19 ***Schwarzkopf***
L'expertise professionnelle mondialement reconnue

20 ***Vademecum***
Expert dentaire par nature

21 ***Diadermine***
Une marque cosmétique emblématique du XXe siècle...

22 ***FA***
La sensation Fa !

23 ***Scorpio***
Le plus brûlant des parfums pour homme

16

Adhesive Technologies

24

27 ***Loctite***
La création de nouveaux marchés

28 ***Pattex***
Pattex, ça rend plus fort !

29 ***Rubson***
Pour l'étanchéité, contre l'humidité

Laundry & Home Care

Cette activité représente le métier historique du groupe créé en 1876. Henkel détient une expertise et un savoir-faire mondialement reconnus dans ce domaine, avec une large gamme de lessives et de produits pour la maison.

Henkel dispose en France **d'un portefeuille de marques inédit** rassemblant **le soin du linge** (lessives universelles, lessives spéciales, additifs de lavage tels que les détachants et les lingettes anti-décoloration), **l'entretien de la maison** (vaisselle, sols, produits pour les toilettes, pour les fours...) et **les insecticides.** Cette activité est portée par **des marques fortes** qui font partie de notre patrimoine et dont trois sont centenaires (Eau Ecarlate, Le Chat et Mir).

LE SAVIEZ-VOUS ?

Les lessives Henkel permettent de réaliser **25 milliards de cycles** de lavage par an dans le monde

L'EAU ECARLATE
détache votre cuvette
POUR TOUS NETTOYAGES MENAGERS
MiR
GAGNEZ DES KILOS D'OR!
SUPER CROIX
Super Croix
SAVON
LE CHAT
EXTRA PUR GARANTI
C. Ferrier & Cie
MARSEILLE
La laine mérite autant de soin que vos cheveux.
MIR laine
Dans une famille les textiles diffèrent, comme les caractères.
Les petites robes aussi, font toilette chez Mir Laine.
MIR laine
MIR LAINE
la sécurité
pas seulement
pour
la laine
MiR
SAVON EN PAILLETTES
MiR
Faites une CROIX sur la saleté avec SUPER CROIX

Des produits pour toute la famille

La marque Le Chat est née en 1853 et se construit à ses débuts autour du savon de Marseille. Son produit emblématique : les paillettes, des copeaux de savon de Marseille pour le lavage à la main et en machine.

1853 Naissance de la marque Le Chat et son emblématique savon de Marseille

1900 Le Chat entre dans l'univers de l'hygiène corporelle et la toilette du corps avec Le Petit Chat, sous la forme d'une savonnette de 100 ou 150 g qui deviendra Le Chat tablette en 1972

1909 Le Chat lance une poudre à laver en paillettes

1975 Lancement du savon Le Chat à la glycérine – pour un double usage linge et toilette

1981 Le Chat Machine, première lessive en poudre au savon de Marseille, hypoallergénique* et adaptée à tout type de textile

1985 Acquisition de la marque Le Chat par Henkel

1989 Lancement de la première lessive Le Chat sans phosphate, 21 ans avant la législation. C'est une révolution dans le domaine des poudres à laver alliant propreté du linge et respect de l'environnement

1998 Le Chat Tabs, premières tablettes biphasées pour machine à laver

2003 Le Chat lance Le Chat Sensitive, lessive hypoallergénique* pour les peaux délicates et sensibles puis Le Chat bébé en 2006 et Le Chat Sensitive 0% pour les peaux les plus sensibles

2008 Le Chat ECO Efficacité : l'efficacité d'une grande marque alliée à un meilleur respect de l'environnement

2010 Le Chat Duo-Bulles : les duo-doses allient une lessive avec activateur d'éclat à un détachant actif

2013 à 2015 Le Chat ECO Efficacité obtient l'Ecolabel Européen et reçoit plusieurs prix : « Choisir c'est Agir » décerné par la Fondation Good Planet et Casino et le prix « Grande Entreprise » lors de la 3e Nuit de la RSE

2015 Le Chat lance le programme « lavons mieux ! », qui sensibilise les consommateurs à la réduction de l'impact environnemental sur tout le cycle de vie du produit. L'initiative reçoit le trophée LSA de la RSE en 2016 dans la catégorie « Développement de la responsabilité environnementale »

2017 Le Chat aux huiles essentielles pour une fraîcheur pure et une propreté éclatante

* Formulée pour minimiser les risques de réaction allergique

La référence du détachage

La fameuse Eau Ecarlate a été inventée en 1851. Sa formule rouge écarlate permettait de raviver les uniformes de l'armée sous Napoléon III et d'enlever les taches de graisse. Depuis, l'Eau Ecarlate est devenue la référence du détachage. Connue de tous, on trouve aujourd'hui une bouteille d'Eau Ecarlate dans presque tous les foyers français.

1851 — Naissance de la marque Eau Ecarlate avec l'emblématique Détacheur Universel

1988 — Alfred Bonnie crée la société Eau Ecarlate, basée à Ste-Geneviève-des-Bois, où il y fabrique le Détachant Universel. Il développe alors plusieurs gammes de détachants avant-lavage et aussi des détachants multi-usages, comme le Shampooing Moquette Eau Ecarlate ou encore révolutionne le marché de la javel en lançant la marque Javel Dose, la 1ère gamme de javel en pastille

1990 — Développement de la gamme de détacheurs, reblanchisseurs et rénovateurs Eau Ecarlate

1999 — Naissance de la lingette anti-décoloration Décolor Stop en France. Grâce à ses fibres ultra-absorbantes, elle capte les couleurs qui dégorgent et permet le mélange des vêtements en évitant les accidents de décoloration. Moins de tri, moins de machines, moins d'eau, moins d'électricité et plus d'économies !

2003 — Création de la lingette Eau Ecarlate Ultra Blanc : la 1re lingette qui évite le grisaillement et préserve ainsi l'éclat des textiles blancs

2007 — Lancement des sachets 2 en 1 Décolor Stop + Détacheur, une innovation technique qui offre 2 bénéfices en 1 seul produit : le sachet Décolor Stop absorbe les couleurs qui dégorgent, et contient de la poudre détachante Eau Ecarlate qui se dissout pendant le cycle de lavage pour éliminer toutes les taches

2012 — La famille Décolor Stop s'agrandit encore, avec le lancement des lingettes Décolor Stop Éclat & Couleurs. La lingette évite les accidents de décoloration et préserve l'éclat des couleurs de tous les vêtements !

2014 — Acquisition de Eau Ecarlate par Henkel

La gamme de détacheurs Eau Ecarlate s'élargit pour éliminer les taches difficiles grâce au Détacheur Avant-Lavage Gel et sa brosse précision, innovante et très pratique

2016 — Lancement de Sublim'Noir, la dernière née de la gamme de lingettes Eau Ecarlate. Sa formule unique ravive l'éclat et l'intensité des vêtements noirs et foncés et les protègent ainsi du ternissement

...

Le quotidien des Français incarné depuis 1895

Les origines de Mir, marque emblématique qui accompagne la vie quotidienne des Français, remontent à 1895, lorsque Monsieur Luiset crée un nouveau savon en paillettes destiné au lavage des textiles. Mir est aujourd'hui la marque experte en vaisselle et en soin du linge.

1895 — Mir lance son savon en paillettes

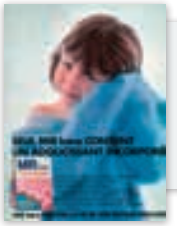
1948 — La marque lance le premier nettoyant multiusage pour tout laver : la vaisselle, le linge, les sols, etc. ! Mini Mir est né dans une bouteille en verre

1961 — La bouteille est remplacée par le mythique berlingot

1970 — Acquisition de la marque Mir par Henkel, date qui marquera l'extension du territoire de la marque

1971 — Mir est l'une des premières marques à faire de la publicité télévisée et marquera avec son slogan légendaire « Mini Mir, Mini Prix. Mais il fait le maximum »

1973 — Mir Couleurs, première lessive sans agents blanchissants avec sa célébrissime mascotte « Clown »



1988 — Mir Mohair Laine lancé en 1978 devient Mir Laine. « C'est doux, c'est neuf ? Non, lavé avec Mir Laine » est un nouveau slogan emblématique des années 80

1993 — Mir participe à la campagne AIDES de prévention contre le SIDA

1994 — La marque se spécialise également dans le domaine de la vaisselle avec le lancement de Mir Vaisselle dans les premiers petits formats concentrés du marché

2010 — Mir Vaisselle « Secrets de Fleurs » associe son efficacité dégraissante à des parfums* aux extraits naturels de fleurs

2010 — Mir collabore avec des designers pour créer une gamme éphémère « Dessine-moi Mir »

2013 — Lancement de Mir Couleurs Fini le Tri. Avec sa formule enrichie en agents anti-transfert de couleurs, plus besoin de trier et fini les accidents de décoloration !

2014 — Mir Vaisselle Secrets de Nature, une gamme écolabellisée associée aux parfums* frais de thé vert, calendula et d'écorce d'agrumes. Des formules efficaces à froid

2015 — Le restaurant Ephémère Mir crée l'événement. Après le repas, pas question de payer l'addition ! Les convives passent à la plonge ! Un succès renouvelé en 2016

2016 — Mir innove et lance Mir Care and Repair, la 1re lessive qui prévient la formation des bouloches et les réduit jusqu'à 80 %** !

2016 — Mir Vaisselle Secrets de Cuisinier associe le bicarbonate aux senteurs d'orange, de citron, de rhubarbe et aux minéraux pour apporter une brillance intense et une touche de plaisir à la vaisselle

* Parfum de synthèse
** Résultat optimal sur cotons et cotons mixtes, lavage après lavage

Et la lessive devient parfum et voyage…

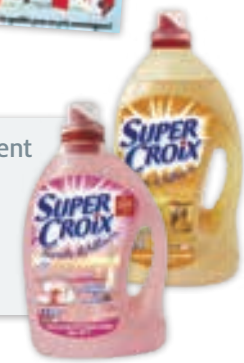
Lancée en 1971, Super Croix fait véritablement partie du patrimoine français et depuis 2007, les parfums doux et frais des lessives Super Croix sont des invitations aux voyages avec des destinations paradisiaques.

1971 — Naissance de Super Croix, émanation de Javel Lacroix

1973 — Super Croix 73 est lancé, deux agents blanchissants pour un blanc intense

1976 — La marque mise sur la qualité « Super Croix 76, la qualité à un prix raisonnable »

1999 — Super Croix se positionne sur le segment « propreté-parfums » offrant une double promesse : efficacité et parfum élaboré



2007 — Super Croix renforce son positionnement parfum en adoptant la signature « Super Croix Secrets d'Ailleurs » et part à l'assaut du globe, faisant escale au Japon, au Maroc et à Madagascar

2009 — Lancement de Bora-Bora

2010 — Lancement de la formule Bulles

2012 — Après Bora Bora et le Vietnam, Super Croix Secrets d'Ailleurs fait escale à Bali

2013 – 2017 — Super Croix continue d'innover et compte aujourd'hui 6 destinations aux quatre coins du monde et aux parfums* intenses. Seul Super Croix vous emmène aussi loin !

Fleur d'oranger et lait d'amande douce

Fleur de cerisier et thé vert

Lilas des Indes et fleur de coton

Coco Verde et fleur de passion

Vanille et fleur d'hibiscus

Monoï et lait d'aloé

* Parfum de synthèse

X·TRA, la lessive N°1 en France*

Depuis 1971, X•TRA doit son succès à ses produits offrant un résultat toujours impeccable, à un prix X•TRA ! X•TRA est aujourd'hui la lessive numéro 1 en France* et est partenaire de longue date du Tour de France.

1971 — Lancement de la marque X•TRA en France avec des formats en poudre

Tout au long des années 70, la marque développe des formules tous textiles pour tout le linge de la famille

1991 — Lancement d'une gamme de lessives liquides

2003 — Lancement de la gamme Savon de Marseille

2007 — Première participation au Tour de France. X•TRA part à la rencontre des consommateurs

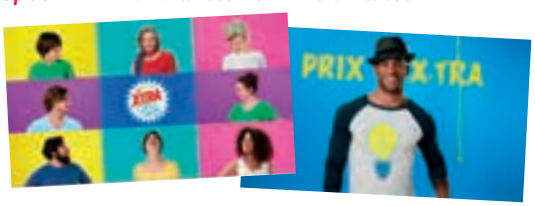
2008 — Lancement de X•TRA Total. Un seul produit suffit pour un blanc lumineux et des couleurs éclatantes

2010 — Lancement de X•TRA Total €co dans un emballage unique et plus économique : ne payez que pour l'essentiel !

2012 — Lancement de X•TRA Total 2 en 1 Fraîcheur Minidou. Une solution tout-en-un : l'efficacité de X•TRA associée à la douce fraîcheur de l'adoucissant Minidou

2015 — Lancement d'X·TRA Total 2en1 avec Détachant, une lessive avec un détachant actif sur plus de 100 taches et sa brosse détachante

*Spot TV X•TRA : la lessive N°1 en France**



2016 — X•TRA lance ses Duo-Caps : l'efficacité d'une lessive concentrée alliée à un détachant actif, en format capsule pour encore plus de praticité

2017 — X•TRA Total Gliss+, sa formule repassage facile unique permet d'obtenir un linge propre et moins froissé

2017 — X•TRA est présent sur le tour de France pour la 11e année consécutive

* Données IRI, Ventes en Volume, Total Marché Lessives Universelles, Total France (HM+SM+HD+Drive), 2013 / 2014 / 2015 / 2016

Beauty Care

La branche Beauty Care regroupe deux activités complémentaires : les produits grand public et ceux dédiés aux professionnels des salons de coiffure.

L'activité en grande distribution regroupe des **produits de soin** des cheveux, du corps, de la peau et d'hygiène bucco-dentaire, ainsi que des **eaux de toilette**. Sur les marchés professionnels, la branche Beauty Care propose **des produits et des services destinés aux salons de coiffure**.

LE SAVIEZ-VOUS ?

Chaque seconde, plus de **20 colorations Henkel** sont vendues dans le monde

Zur Haarpflege
SCHWARZKOPF
Fluïma
le savon Fa
un savon fin d'un style nouveau
le travail n'abîme pas les mains de Christine protégées par Diadermine
VADEMECUM
NOUVEAU TUBE VERTICAL
DIADERMINE U.V
médicale
DIADERMINE
DIAD
SCORPIO
Elle
DIADERMINE

L'expertise professionnelle mondialement reconnue

Schwarzkopf

Lancée en 1898 par Hans Schwarzkopf, la marque est aujourd'hui un acteur majeur dans l'expertise capillaire. Schwarzkopf est vendu au grand public en grande distribution et Schwarzkopf Professional est distribué auprès des professionnels et dans les salons de coiffure.

1898 — Hans Schwarzkopf expert chimiste, ouvre sa première droguerie à Berlin et invente son premier shampooing sec

1903 — N'appréciant pas les huiles coûteuses et les savons agressifs utilisés pour laver les cheveux, il met sur le marché un « shampooing en poudre » qui se dissout dans l'eau

1927 — Premier shampooing liquide jamais lancé sur le marché

1933 — Lancement de Onakali, le premier shampooing non alcalin qui deviendra le prototype de tous les shampooings modernes

1947 — Schwarzkopf révolutionne les coiffures de l'après-guerre avec la première permanente à froid et la première coloration à domicile, Poly Color

1949 — Le premier shampooing crème en tube, Schauma-Crème, établit la distribution de masse. En Allemagne, le nom Schauma devient un terme générique pour désigner le shampooing

1951 — Naissance de TAFT, le premier spray coiffant sur le marché européen

1960 — Naissance de Igora Royal sur la partie professionnelle

1995 — Henkel fait l'acquisition de Schwarzkopf et devient un des leaders des cosmétiques capillaires

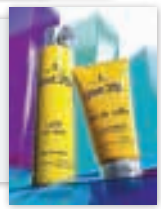
1998 — La coloration Schwarzkopf à domicile arrive en France avec Brillance et la permanente avec Poly color

2001 — Lancement de la marque Gliss, experte de la réparation qui offre aux cheveux des soins capillaires haute performance et innovants

2002 — Naissance des Hairdressing Awards, véritables Oscars de la coiffure qui récompensent les coiffeurs professionnels

2003 — Schwarzkopf professional ouvre sa première académie de coiffure en France à Lyon. Suivront les ouvertures de Toulouse en 2007 et de Paris en 2012. Ces espaces sont avant tout des lieux de formation dédiés aux clients professionnels

2005 — La tendance urbaine s'empare du monde du cheveu avec Got2b. En 2006, Schwarzkopf lance le premier stylo-applicateur pour la retouche express des racines



2014 — Schwarzkopf développe une nouvelle gamme de soins capillaires et de coloration : Essence Ultîme et Blonde Ultîme

2015 — Schwarzkopf Professional développe une nouvelle gamme de produits pour répondre aux besoins des femmes de 40 ans et plus avec Igora Royal Absolutes Silverwhite et BC Excellium

2016 — Schwarzkopf séduit les hommes avec sa première gamme de shampooings 100 % conçus pour eux : Schwarzkopf MEN

2018 — Schwarzkopf fête ses 120 ans

* Grandes et Moyennes Surfaces

Expert dentaire par nature

Les plantes ont une extraordinaire capacité d'adaptation pour survivre et se régénérer dans la nature. Depuis plus de 120 ans, les laboratoires Vademecum utilisent le meilleur des plantes et enrichissent leurs formules en extraits végétaux efficaces pour apporter une hygiène bucco-dentaire optimale. La marque est vendue à travers toute l'Europe et rencontre un succès particulier en France, en Europe de l'Est et du Sud.

1892 Lancée en Suède, Vademecum est la marque la plus ancienne de la gamme de soins dentaires de Henkel. La marque est initialement commercialisée dans les pharmacies

1980 La marque est introduite dans les grandes surfaces

1992 Henkel rachète Vademecum, marque spécialiste, issue de la pharmacie ; Vademecum développe des dentifrices aux ingrédients d'origine naturelle, à base de plantes pour prendre soin des dents et des gencives

La variété phare et historique de Vademecum est Fluor & Plantes et reste encore aujourd'hui la référence n° 1 de la marque*

2008 Lancement de la gamme Vademecum bio, dentifrices bio certifiés par Ecocert et labellisés par Cosmebio vendus en grandes surfaces. Aujourd'hui, Vademecum est toujours la seule marque nationale à proposer des dentifrices bio en GMS**

2009 Vademecum innove avec le lancement de son premier bain de bouche Vademecum Expert Complet 7 aux sept extraits naturels de plantes et au fluor, pour une protection antibactérienne complète

2014 Vademecum répond aux besoins de tous les consommateurs. La référence Homéophytol, garantie sans menthe, est spécialement conçue pour les consommateurs suivant un traitement homéopathique

2016 Avec le lancement du programme « Cultivons un meilleur brossage », Vademecum s'engage aussi bien pour l'hygiène dentaire de ses consommateurs que pour la planète avec des éco-gestes simples et efficaces pour faire des économies et consommer moins d'énergie, et un soutien au mouvement citoyen Graines de Vie pour la sauvegarde des variétés fruitières et potagères.

Vademecum présente le programme CULTIVONS un meilleur brossage www.CultivonsUnMeilleurBrossage.com

Le programme « Cultivons un meilleur brossage » a reçu le trophée LSA de la RSE 2016 dans la catégorie « Développement de la responsabilité environnementale »

TROPHÉES LSA 2016 DE LA DIVERSITÉ ET DE LA RSE

2017 Le jardin collectif initié par Vademecum sur la terrasse du siège de Henkel France à Boulogne-Billancourt fête ses 1 an ! Dans la lignée du programme « Cultivons un meilleur brossage », le jardin participe à la promotion de la biodiversité, notamment les espèces potagères (légumes et aromates).

* Source IRI, France, HMSM, MS unit YTD P10 2017
** Grandes et Moyennes Surfaces

Une marque cosmétique emblématique du XXe siècle...

HYPOALLERGENIQUE DIADERMINE

En France, Giambattista et Cornelio Bonetti achètent le brevet d'un excipient utilisé par les pharmaciens pour fabriquer leurs pommades. De ce brevet naît un traitement de beauté dermatologique. Cette crème deviendra vite incontournable pour toutes les familles. Diadermine développe aujourd'hui des soins innovants à l'efficacité prouvée pour une peau toujours plus belle.

1904 — Naissance de DIADERMINE

1930 — DIADERMINE lance son talc pour bébé

1950 — Dans les années 1950, la lutte contre les signes de l'âge devient une de ses priorités. DIADERMINE crée la première crème antirides, la « Crème S » et devient un des leaders de la cosmétique en France

1981 — Henkel rachète DIADERMINE et l'introduit en GMS*. Le groupe va donner une dimension internationale à DIADERMINE en la développant avec succès sur différents marchés européens et en fait une marque leader sur le marché des soins du visage

1990 — Les premières générations du baby-boom approchent de la cinquantaine. La demande devient de plus en plus forte en anti-âge. Les laboratoires DIADERMINE créent l'une des premières crèmes destinées aux peaux matures avec REACTIVANCE

1998 — La mondialisation s'accélère... Les femmes, de plus en plus pressées, recherchent des soins tout-en-un. DIADERMINE innove avec LIFT+, une gamme de DIADERMINE qui offre une action fermeté associée à une autre action spécifique, et crée ses premières lingettes démaquillantes

2009 — DIADERMINE est la première marque cosmétique en France à recevoir le label ECARF**. De plus, les laboratoires DIADERMINE apposent sur leurs produits leur engagement DERMOCERT (produits testés sur peaux sensibles et bénéficiant d'une excellente tolérance cutanée)

2012 — DIADERMINE, en collaboration exclusive avec le Dr. Caspari, crée la première marque « Dr. Brand » en grande distribution en France

2014 — En créant la gamme de soins HAUTE TOLÉRANCE, DIADERMINE revient à ses origines pharmaceutiques avec des soins destinés aux peaux sensibles et réactives

2017 — Pour célébrer ses 110 ans, DIADERMINE crée une gamme inédite N°110 qui réunit le meilleur de son savoir-faire cosmétologique et de son expertise dermatologique

Lancement de la gamme DIADERMINE Expert Fondamental dédiée aux peaux matures dont la technologie est inspirée d'un prix Nobel***

* Grandes et Moyennes Surfaces
** Fondation européenne de recherche sur les allergies. Le label permet d'aider les personnes qui souffrent d'allergies à mieux sélectionner les produits et services appropriés en certifiant les produits comme minimisant les risques de réactions allergiques
*** Photolyase : actif qui aide à réparer des dommages de l'ADN, identifié dans le cadre de recherches récompensées par un prix Nobel

La sensation Fa !

Depuis 1954, Fa propose une expérience placée sous le signe de la fraîcheur. Grâce à ses nombreuses gammes de gels douche et de déodorants associant soin et parfum stimulant, Fa s'adresse à tous.

1954 Création de la marque avec le lancement d'un savon solide par une filiale allemande de Henkel

1968 Introduction de la fraîcheur Fa au travers du relancement du savon solide. Première publicité emblématique sur la plage

1970 Lancement des déodorants Fa

1975 Lancement du premier gel douche Fa

1999 Lancement des gels douche pour enfants et des premières références Fa Men en gel douche et en déodorant

2007 Lancement de la référence Perfect Wave en France pour enrichir l'offre pour les hommes

2012 Lancement de la gamme Sensual&Oil en France. Deux gels douche enrichis en huile d'argan

2015 Lancement en France de la gamme Magic Oil. Des gels douche enrichis en micro-huiles pour une formule délicatement parfumée et une agréable sensation de douceur, sans film gras

2016 Yoghurt & Care : une gamme associant à la douceur, la sensation de la fraîcheur Fa

2017 La marque étend son offre déodorant avec 5 nouvelles références

FA, 3E MARQUE EN FRANCE SUR LE MARCHÉ DES DOUCHES
(en volume en France. Source : IRI, Total France, FY 2016, HM ISM)

Le plus brûlant des parfums pour homme

Depuis ses débuts, la marque fait rimer séduction et virilité auprès des hommes. Ils sont plus de 1,5 million chaque année* à se parfumer avec l'une des dix fragrances Scorpio. Depuis 1989, la marque souhaite faire vibrer les sens grâce à des eaux de toilette sulfureuses, piquées du signe du scorpion iconique.

1989 Le groupe Coparel crée la marque Scorpio et propose une offre unique en GMS** : une eau de toilette de qualité équivalente à la parfumerie sélective. Issue de la collaboration entre le designer Pierre Dinand et les grandes maisons de parfums, L'Eau de Toilette Rouge, unique et aujourd'hui indétrônable, est lancée

1992 Henkel rachète la marque Scorpio, investit de nouveaux marchés et installe l'emblématique Rouge comme une référence des produits pour homme

1998 Lancement de Vertigo

2004 Scorpio s'affirme comme le leader incontesté du marché des eaux de toilette en GMS et lance Inferno, puis Noir Absolu en 2006

2009 La croissance de Scorpio se poursuit et la marque investit le marché des douches

2010 La marque déploie sa stratégie de recrutement sur la cible jeune 15-35 ans et consolide ainsi son leadership. Les ventes auprès de la cible jeune représentent en 2012 plus d'un tiers des performances de la marque***

2012 L'installation de la fragrance Gold, les performances exceptionnelles de Scandalous (innovation n°1 du marché) confirment le succès année après année

2012 Scorpio exploite ses codes identitaires (les flammes et le couple sensuel tatoué du scorpion) et les transpose sur le digital pour toucher la génération Y. La page Facebook Scorpio fait désormais partie des leviers de performance de la marque

2013 À l'occasion des fêtes de fin d'année et du lancement de son eau de toilette Instinct Tribal, la marque Scorpio surprend à nouveau et fait découvrir son dernier parfum d'une façon unique : des hommes parfumés et musclés vont à la rencontre des consommatrices, en magasins, pour faire découvrir le nouveau parfum sur leur peau tatouée

2014 Pour ses 25 ans, Scorpio soutient l'équipe de rugby la plus mythique et enflamme le Stade Français Paris en devenant l'un de ses partenaires officiels. La marque pique les shorts des joueurs de son logo et les sportifs emblématiques sortent des vestiaires pour représenter l'Homme Scorpio

2016 La marque s'inspire des codes du sélectif avec le lancement de sa gamme Collection : trois eaux de toilette raffinées et uniques réalisées par trois nez de la parfumerie française. Sport, Night et Gold, trois manifestations élégantes et modernes de la virilité

2017 Scorpio Night remporte le Prix du public du meilleur parfum masculin en grande distribution, décerné par la Fragrance Foundation France. En parallèle, Scorpio poursuit le développement de son offre avec le lancement de l'Homme, une fragrance inspirée des plus grands parfumeurs

*Source : Kantar World Panel - Taille de clientèle CAM 3T 2016 **Grandes et Moyennes Surfaces ***IRI Total France ventes valeur 2012

Adhesive Technologies

Colles, étanchéité et traitement de surface : Henkel développe une gamme complète de marques et de solutions adhésives très innovantes.

Cette branche d'activité comprend des adhésifs et des produits d'étanchéité pour le **grand public**, mais aussi pour les **professionnels** et **l'industrie**.
Dans **le domaine industriel**, elle est présente avec des solutions de collage, d'étanchéité, et de traitement de surface de haute technologie pour de très nombreux marchés : **automobile, aéronautique, métallurgie, emballage, produits électroniques...**

LE SAVIEZ-VOUS ?

Henkel est le **leader mondial des adhésifs**

LOCTITE
SUPER GLUE 3
Rubson
l'humidité
PATTEX
Pattex
NOUVEAUTE
60,00 F
Rubson lance
orbeur d'humidité -
Mille et une choses parfaitement collées
PATTEX
PONAL

La création de nouveaux marchés

Loctite Corporation est née en 1953 dans le laboratoire du professeur Dr. Vernon Krible aux États-Unis. Ce professeur de chimie a imaginé un moyen d'empêcher la polymérisation d'une résine de collage liquide très particulière durcissant en l'absence d'air. Aujourd'hui, Loctite® est le leader mondial dans l'industrie des adhésifs et fournit les solutions les plus innovantes. Pour les applications industrielles, Loctite® est utilisée comme solution d'assemblage ou de réparation (aérospatiale, automobile, composants électroniques…). Pour le grand public, elle est utilisée pour la réparation dans la maison (collages et réparations divers).

1953

Loctite®, un nom prononcé en anglais « Lock tight » (serrer fermement), a été officiellement lancée lors d'une conférence de presse à New York. La perspective de pouvoir enfin résoudre l'éternel problème des écrous et vis desserrés sur les machines et appareils – un problème que les clients s'étaient résignés à considérer comme insoluble – a provoqué un raz de marée de demandes

1960

Dans les années 1960, la marque développe la colle cyanoacrylate (connue sous l'appellation « super glue », un adhésif de collage industriel instantané à température ambiante) puis les colles silicones, les adhésifs époxy, les adhésifs acryliques puis de nouvelles générations de colle cyanoacrylate ainsi que la technologie anaérobie de Loctite®

1968

La Loctite Corporation se développe sur le marché de l'automobile, en proposant des solutions pour éviter les desserrages dus aux vibrations du moteur

1975

Loctite® commercialise la super glue en tant que substance non seulement destinée à l'industrie, mais également aux consommateurs grand public, pour leurs petits travaux de collage et de réparation quotidiens

1979

Naissance en France de Super Glue-3 et de son icône : l'homme suspendu

1997

Loctite® et Super Glue-3 sont rachetées par Henkel

2006

Relancement de la gamme Loctite® Super Glue-3 liquide avec une formule encore plus performante qui résiste aux chocs, puis 2 ans plus tard « Loctite® SG3 Power Flex » pour les collages extrêmes ou qui résiste à l'eau puis la « Power Easy » en 2010, repositionable grâce à sa prise de collage plus lente

2012

La marque lance Ultra Repair, une pâte époxy à malaxer non irritante, et qui, en durcissant, devient aussi solide et dure que la pierre (se ponce et se peint)

2013

Ouverture du centre Loctite® de services d'imprégnation à Saint-Priest pour l'industrie automobile et la métallurgie en France

2016

Lancement de Loctite® 60' Universal, seule colle multiusage alliant rapidité de collage (60 secondes), résistance extraforte (jusqu'à 130 kg/cm²) et confort de pose (repositionnable jusqu'à 15 secondes)

2017

Loctite® crée l'événement avec, pour la première fois en France, une locomotive tractant 200 tonnes de wagons reliés par seulement 3 grammes de colle

Pattex, ça rend plus fort !

Henkel vend des colles à bois classiques depuis 1925, mais l'histoire de Pattex® commence réellement en 1956. Au terme d'une longue collaboration avec les artisans allemands, les développeurs créent la première colle contact utilisée à froid, appelée Pattex®. D'abord utilisé par les cordonniers, ce produit est rapidement adopté par le secteur de la menuiserie puis par le grand public.

1956

Dès 1956 la colle de contact Pattex® est proposée en petits tubes de 125 g, ce qui la rend accessible aux ménages et lui permet d'être utilisée pour de plus petits travaux de réparation

1972

Pattex® invente Pattex® Compact, la première colle « qui ne coule pas »

1977

Lancement de Pattex® Bois Express, première colle à bois destinée aux bricoleurs puis de Pattex Bois Waterproof en 1979

1981

Pattex® élargit sa gamme avec des pistolets à colle thermofusible et lance l'année suivante la première colle extraforte cyanoacrylate, idéale pour les petites surfaces, qui sèche en quelques secondes et qui va simplifier la vie de tous les ménages

1987

Pattex® marque les esprits dans la caravane du tour de France avec sa Super 5

1989

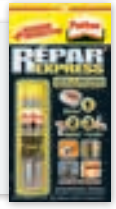
Pattex® propose des colles spéciales à prise immédiate pour fixer des objets aux murs. L'offre sera étendue 5 ans plus tard avec des colles conçues pour les parquets et les sols en bois

1998

Lancement de Pattex® Ni Clou Ni Vis sur le marché des colles d'assemblage. Fini les perceuses, les vis, les clous, le bruit et la poussière !

2001

Un mastic époxy bicomposants permet de recoller des objets brisés et de les reconstruire ou de les reboucher. C'est la naissance de Répar'Express



2002

Résiste à tout, une colle unique basée sur la technologie brevetée Flextec : elle résiste aux chocs, aux températures extrêmes et à toutes les conditions climatiques

2003

Premier adhésif de Pattex® extrafort 100 % étanche aux 1001 usages : Pattex® Power Tape

2010

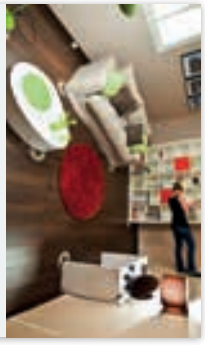
Lancement de la nouvelle génération de colle multiusage la plus polyvalente sur le marché : 100 % colle, 0 % solvant

2015

La marque lance une nouvelle plateforme One For All de fixation universelle

2010

Un salon entièrement collé incliné à 90°, une cuisine aux collages astucieux… C'est ce que le grand public a découvert avec « l'appart Pattex® », récompensé par les prix Top Com et Stratégies 2010 (catégorie évènement Business to Business). Une opération déclinée ensuite sur le parking des plus grands magasins de bricolage



2016

Lancement du site YouJustDo.fr qui prend la suite de toutcoller.com. Tutos, infos et vidéos autour de 4 grandes thématiques (fabriquer, décorer, installer, réparer) inspirent les bricoleurs, du plus novice au plus expérimenté, dans leurs projets de bricolage, de décoration ou de réparation.

2017

Pattex® Repair Extreme : une colle gel multiusage, idéale pour les réparations et collages de petits objets

Pour l'étanchéité, contre l'humidité

En 1957, deux Français inventent un produit à l'appellation anglaise, le Liquid Rubber (caoutchouc liquide, en français) pour imperméabiliser une terrasse. La marque Rubson® est ainsi créée avec son nom « à l'anglaise » pour être dans la tendance de l'époque ! La marque devient le spécialiste de l'humidité en proposant une large gamme d'étanchéité.

1957 — Naissance de Rubson® avec le Liquid Rubber

1967 — Lancement du Mastic Silicone pour réaliser des joints de raccordement étanches

1980 — Lancement du 1er absorbeur d'humidité de Rubson® à cristaux qui réduit l'humidité, et ainsi les moisissures et la condensation

1987 — Henkel France rachète Rubson® qui poursuit son développement et modernise son image en devenant le sponsor titre du Raid Rubson® et avec le slogan « L'Humidité vaincue ! »

1989 — Rubson® révolutionne le marché des mastics avec le 1er mastic en aérosol et sa gâchette intégrée pour faciliter le travail de tous !

1996 — Lancement du 1er absorbeur d'humidité à cassette, pour plus de simplicité, de modernité et de performance

1999 — Rubson® appuie sa proximité avec le public en faisant ses débuts sur Internet avec rubson.com. Précurseur sur un média naissant, Rubson® fait une nouvelle fois preuve d'innovation !

2006 — Formule Flextec, nouvelle génération de mastic extrêmement polyvalente, utilisable par tous les temps et sur tous les supports

2008 — Le diagnostic étanchéité sur le site Rubson®, permet en quelques clics de réaliser un diagnostic gratuit de votre logement pour en connaître son taux d'humidité

2009 — GO ! Une gamme complète réservée aux novices du bricolage pour fixer, jointer et reboucher en toute simplicité

2010 — La Mousse expansive Power apparaît avec sa technologie polymère performante. Suivront Isole et Méga, deux mousses PU pour des utilisations plus spécifiques, de l'isolation des portes et fenêtres au rebouchage de grandes cavités

2012 — Rubson® lance son nouvel absorbeur AERO 360°, plus efficace grâce à son appareil aérodynamique et sa recharge qui permet une circulation de l'air à 360°

2014 — Lancement inédit : RE-NEW, la révolution des mastics sanitaires. Des joints comme neufs en 5 minutes, sans enlever l'ancien joint !

2016 — Rubson®, partenaire du top 14 de Rugby : « La défense infranchissable ! »

2017 — Rubson® a 60 ans

Rubson® RE-NEW a reçu le Trophée LSA de l'Innovation 2016 dans la catégorie Bricolage. Une récompense prestigieuse pour une innovation couronnée de succès

Design : © escapades
Certaines photos publicitaires ont été retouchées
Crédits photos : Fotolia, Gettyimages

Henkel est un leader mondial des marques et des technologies présent dans trois domaines d'activités : les lessives & l'entretien de la maison (Laundry & Home Care), les cosmétiques (Beauty Care), et les colles & adhésifs (Adhesive Technologies).
Créé en 1876, Henkel détient des positions mondiales fortes, auprès des industriels, des professionnels et des consommateurs, avec des marques reconnues comme Le Chat, Schwarzkopf et Loctite®.

Les marques ont une histoire, parfois centenaires comme Eau Ecarlate, Mir, Diadermine ou Vademecum. Cette édition retrace quelques-uns des événements qui ont jalonné leur développement pour mieux rendre hommage à tous ceux qui ont fait leur succès.

Henkel France S.A.S
161, rue de Silly
92100 Boulogne-Billancourt
www.henkel.fr
@henkelfrance